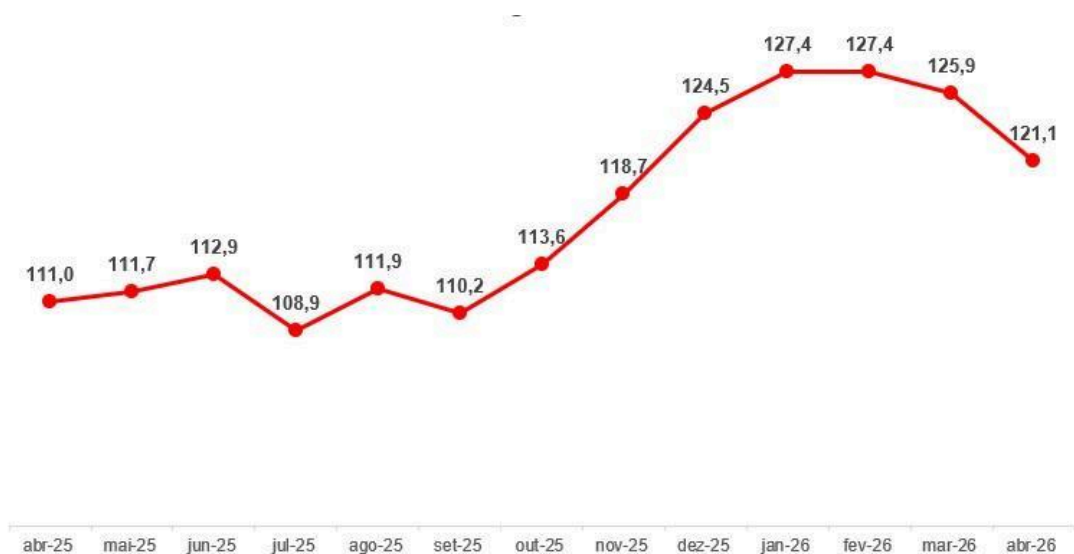


Inflação, juros altos e dúvidas derrubam expectativas e confiança do consumidor recua 3,8% em São Paulo

Intenção de consumo das famílias sugere compras mais planejadas e mais seletividade e sensibilidade a preços, crédito e promoções

O consumidor paulistano segue mais confiante do que há um ano, mas já começa a revisar as perspectivas. O Índice de Confiança do Consumidor (ICC) caiu 3,8% em abril, para 121,1 pontos, segundo a [Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo \(FecomercioSP\)](#). A retração foi puxada pelo Índice de Expectativas do Consumidor (IEC), que recuou 5% em relação a março. Na comparação anual, o ICC ainda registra alta, de 9,1%.

[GRÁFICO 1]
Índice de Confiança do Consumidor (ICC)
Série histórica (13 meses)
Fonte: FecomercioSP



Apesar do patamar elevado em comparação com o ano passado, os juros altos, a inflação persistente e a maior incerteza externa — como as tensões no Oriente Médio — têm levado os paulistanos a adotarem uma postura mais cautelosa: o consumo ainda se mantém no presente, mas as dúvidas quanto ao futuro começam a influenciar as decisões.

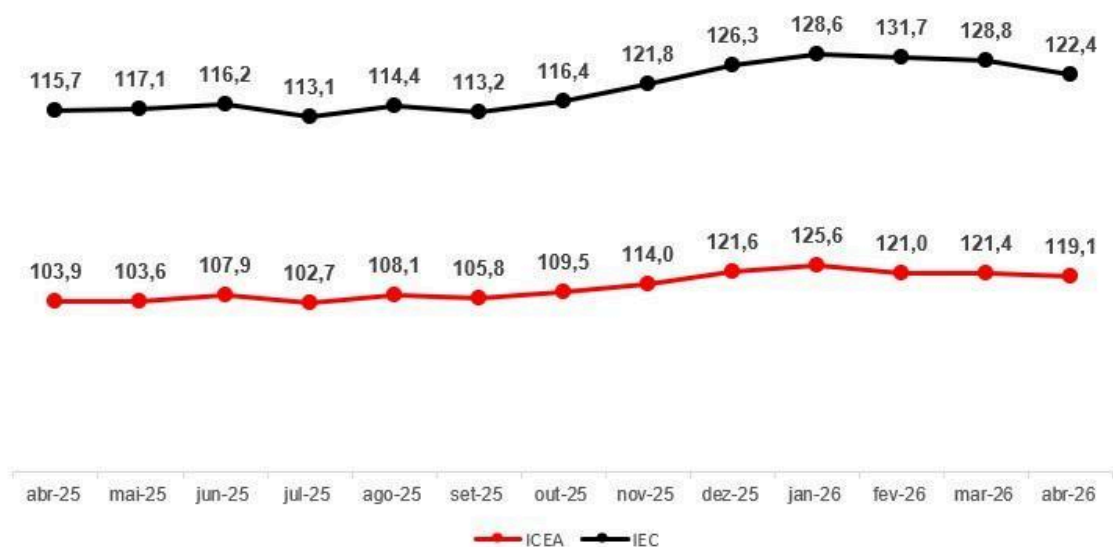
O Índice das Condições Econômicas Atuais (ICEA), outra variável que compõe o ICC, apontou redução de 1,9% na comparação mensal, passando para 119,1 pontos. Embora a pontuação esteja acima do limiar que separa o pessimismo

do otimismo, revelando que ainda há sustentação do consumo no curto prazo, já é possível identificar mudanças no comportamento dos lares.

[GRÁFICO 2]
Índice das Condições Econômicas Atuais (ICEA)
e de Expectativas do Consumidor (IEC)

Série histórica (13 meses)

Fonte: FecomercioSP



A FecomercioSP acredita que esse movimento é típico de inflexões do ciclo econômico: o consumo não recua de imediato, mas se torna mais planejado, sensível a preços e seletivo. O ciclo, portanto, não se inverteu, mas perdeu força. Para o varejo, isso implica mais foco nos preços e na percepção de valor, além de crédito mais conservador, gestão eficiente de estoques e mais segmentação do público.

Queda disseminada

Em abril, quase todos os grupos do ICC recuaram. Entre os consumidores com renda superior a dez salários mínimos e público de até 35 anos, a queda foi de 6,3%, e entre as mulheres, de 6,2%. Apenas o grupo com 35 anos ou mais apresentou leve alta (0,5%).

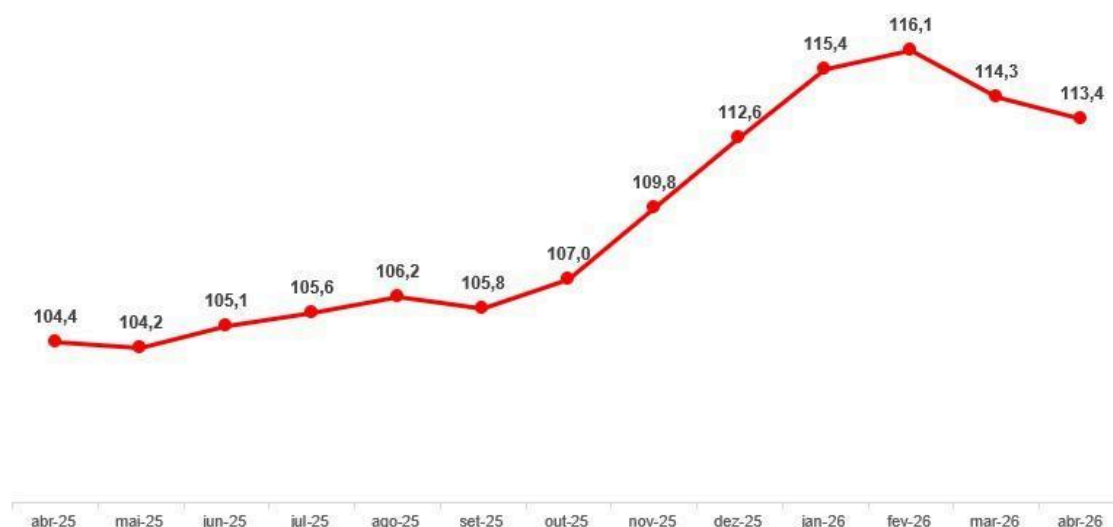
Apesar da redução mensal, o ICEA obteve alta de 14,6% em relação a abril de 2025, refletindo mercado de trabalho resiliente e renda ainda sustentada. O IEC, por sua vez, atualmente em 122,4 pontos, cresceu 5,8%. Em abril, a piora foi mais forte entre consumidores de maior renda (-8,1%) e jovens (-8,4%), grupos mais sensíveis às condições financeiras e que tendem a antecipar movimentos do ciclo econômico.

Na avaliação da FecomercioSP, os desafios macroeconômicos atuais — como a manutenção de juros elevados por um longo período, que encarece o crédito e aumenta o endividamento; a inflação persistente, especialmente no setor de Serviços; a maior seletividade na concessão de crédito, que restringe o consumo financiado; e as incertezas geopolíticas, que elevam a volatilidade global e pressionam os preços de energia e logística — estão levando os consumidores a adotarem uma postura mais conservadora quanto às suas perspectivas de consumo e renda.

Acompanhando esse movimento, a **Intenção de Consumo das Famílias (ICF)** também recuou em abril. O ICF caiu 0,8%, para 113,4 pontos, registrando a segunda queda consecutiva. No comparativo anual, contudo, houve alta de 8,5%. Em síntese, a intenção familiar paulistana de consumir não entrou em retração, mas perdeu ímpeto.

Ainda segundo a FecomercioSP, a melhoria em relação ao ano passado reflete um ambiente ainda sustentado por emprego e renda. Já a queda mensal indica mais prudência. A Entidade ressalta que os próximos meses devem trazer um consumo mais planejado, seletivo e sensível a preço, crédito e promoções, exigindo mais eficiência do varejo.

[GRÁFICO 1]
Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF)
Série histórica (13 meses)
Fonte: FecomercioSP



Consumo atual e momento para duráveis na zona de pessimismo

Dentre as variáveis que compõem o indicador, apenas o quesito de emprego atual se manteve estável. Destacam-se as quedas observadas no nível de consumo atual (1,9%, para 88,7 pontos), no momento para duráveis (1,6%, para 85,9 pontos) e na perspectiva de consumo (1,1%, para 106,1 pontos). Os dois primeiros seguem na faixa de pessimismo, indicando que a aquisição,

principalmente, de itens de maior valor e dependentes de crédito ainda não se normalizou.

Na comparação com abril de 2025, porém, todos os componentes avançaram, com destaques que ficaram por conta de momento para duráveis (22,6%), acesso ao crédito (17,3%) e perspectiva de consumo (11,5%).

Entre as famílias com renda de até dez salários mínimos, o ICF atingiu 111,7 pontos, com leve queda de 0,6% no mês, e alta de 10% em 12 meses. Nesse grupo comparativo anual, todos os componentes cresceram, em especial momento para duráveis (27,9%), acesso ao crédito (20,5%), perspectiva de consumo (16%) e nível atual de consumo (11%).

Entre as famílias com renda superior a dez salários mínimos, o ICF chegou a 118,3 pontos, com queda de 1,2% no mês e alta de 4,7% no comparativo anual.

Nota metodológica

ICC

O **Índice de Confiança do Consumidor (ICC)** é apurado mensalmente pela FecomercioSP desde 1994. Os dados são coletados com aproximadamente 2,1 mil consumidores no município de São Paulo. O objetivo é identificar o sentimento dos consumidores levando em conta suas condições econômicas atuais e suas expectativas quanto à situação econômica futura. Esses dados são segmentados por nível de renda, sexo e idade. O ICC varia de zero (pessimismo total) a 200 (otimismo total). Sua composição, além do índice geral, se apresenta como: Índice das Condições Econômicas Atuais (ICEA) e Índice das Expectativas do Consumidor (IEC). Os dados da pesquisa servem como um balizador para decisões de investimento e para formação de estoques por parte dos varejistas, bem como para outros tipos de investimento das empresas.

ICF

O **Índice de Intenção de Consumo das Famílias (ICF)** é apurado mensalmente pela FecomercioSP, desde janeiro de 2010, com dados de 2,2 mil consumidores no município de São Paulo. O ICF é composto por sete itens: Emprego Atual; Perspectiva Profissional; Renda Atual; Acesso ao Crédito; Nível de Consumo; Perspectiva de Consumo; e Momento para Duráveis. O índice vai de zero a 200 pontos, sendo que abaixo de cem pontos é considerado insatisfatório, e acima de cem pontos, satisfatório. O objetivo da pesquisa é ser um indicador antecedente de vendas do comércio, tornando possível — a partir do ponto de vista dos consumidores e não por uso de modelos econométricos — que seja uma ferramenta poderosa para o varejo, para os fabricantes, para as consultorias, assim como para as instituições financeiras.

Sobre a FecomercioSP

Reúne líderes empresariais, especialistas e consultores para fomentar o desenvolvimento do empreendedorismo. Em conjunto com o governo, mobiliza-se pela desburocratização e pela modernização, desenvolve soluções, elabora pesquisas e disponibiliza conteúdo prático sobre as questões que afetam a vida do empreendedor. Representa 1,8 milhão de empresários, que respondem por quase 10% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro e geram em torno de 10 milhões de empregos.

Mais informações

Gestão da Comunicação

Lucas Mota — lmota@fecomercio.com.br

Assessoria de imprensa FecomercioSP

imprensa@fecomercio.net.br

Vinícius Mendes — [\(11\) 96860-1503](tel:(11)96860-1503)

Arlete Moraes — [\(11\) 94291-8055](tel:(11)94291-8055)

Andressa Knop — [\(11\) 91995-3431](tel:(11)91995-3431)

Siga a FecomercioSP

[Instagram](#)

[LinkedIn](#)